

Résidence Etude Senior
Présentation des performances à horizon 2028

14 mai 2024

RÉSIDENTÉTUDES

TOUTE L'EXPERTISE DES RÉSIDENCES GÉRÉES

Commentaires liminaires

- **Ce document présente le Business Plan de Réside Etude Senior ainsi que la stratégie commerciale prévue par le Management sur cet horizon.**
- **Ces travaux reposent sur des hypothèses de travail non définitives et présentent des données provisoires qui sont vouées probablement à évoluer dans le court terme. En particulier, les prévisions d'exploitation présentées ont par nature un caractère aléatoire.**
- **Des sensibilités ainsi que des prudences complémentaires sont à prévoir.**

Avertissements

Le présent document et les informations qu'il contient (les "**Informations**") ont été préparés par Réside Etudes. Certaines des déclarations contenues dans ce document peuvent être des informations et des déclarations prospectives concernant Réside Etudes. Les déclarations prospectives sont des déclarations qui ne sont pas des faits historiques avérés. Ces déclarations comprennent des projections, des perspectives et des estimations financières ainsi que des hypothèses sur lesquelles elles reposent, des déclarations relatives aux plans, objectifs, et attentes concernant les opérations, les produits et les services futurs, ainsi que des déclarations relatives aux performances futures. Les hypothèses utilisées pourraient évoluer dans le court terme et les prévisions d'exploitation ont par nature un caractère aléatoire.

Bien que Réside Etudes considère que ces déclarations, ainsi que les positions sur le marché, sont basées sur des prévisions et des hypothèses raisonnables au moment de la préparation du présent document, elle ne peut et ne donne aucune garantie que les performances futures ou la position réelle de Réside Etudes seront conformes avec ces déclarations. Les résultats réels pourraient différer de ceux qui sont actuellement prévus dans ces déclarations en raison d'un certain nombre de risques et d'incertitudes inhérents, dont la plupart échappent au contrôle de Réside Etudes.

Ce document n'est pas destiné à servir de base à une quelconque analyse crédit ou autre et ne doit pas être considéré comme une recommandation par ou au nom de Réside Etudes. Chaque personne accédant à ces Informations doit procéder à sa propre évaluation indépendante des déclarations ainsi que de la pertinence et de l'adéquation des Informations. Les destinataires sont invités à s'adresser à leur conseil financier. Ni les Informations, ni tout extrait de celles-ci, ne doit constituer la base d'un engagement quelconque, ni être invoqués à cet égard.

Aucune déclaration ou garantie, expresse ou implicite, n'est faite quant à l'équité, l'exactitude, l'exhaustivité ou la justesse des Informations ou opinions, et Réside Etudes n'accepte aucune responsabilité (que ce soit pour négligence ou autrement) pour toute déclaration ou garantie, expresse ou implicite, quant à la véracité, à l'exhaustivité, à l'exactitude ou à l'exhaustivité des Informations (ou si des informations ont été omises de la présentation) ou de toute autre information relative à Réside Etudes, Réside Etude Senior ou à leurs filiales, que ce soit par écrit, oral ou sous forme visuelle ou électronique, ou transmis ou mis à disposition de quelque autre manière que ce soit, ou pour tout préjudice ou dommage de quelque nature que ce soit qui pourrait résulter de toute utilisation (ou de la confiance accordée à) ce document ou son contenu, par vous ou par d'autres, ou autrement en relation avec les Informations.

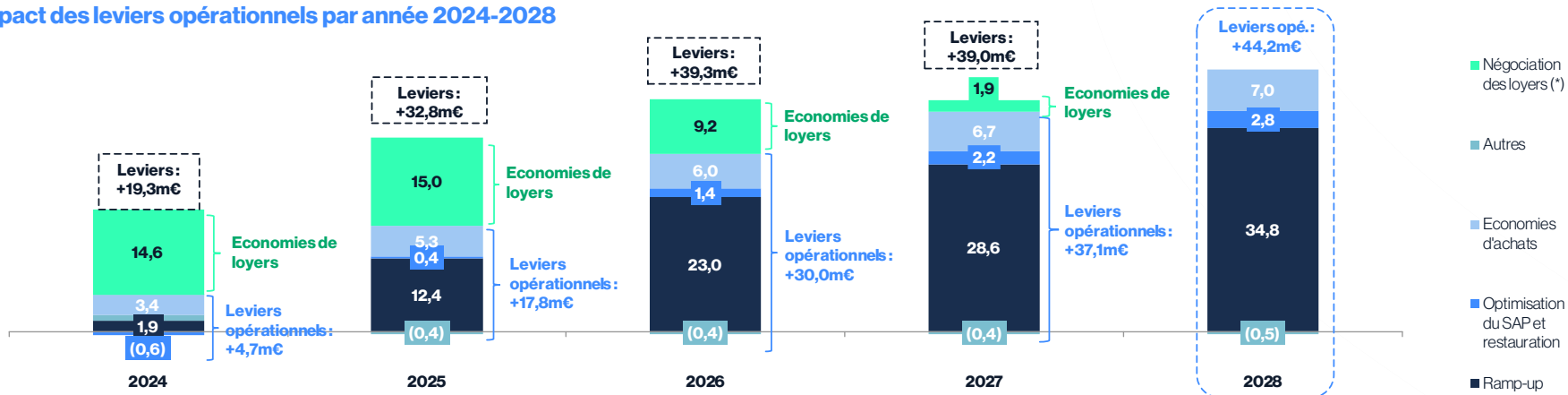
Les Informations restent sous réserve de toute vérification et de tout complément d'information ou modification à venir. En fournissant les Informations, ni Réside Etudes ni ses conseils et/ou représentants ne s'engagent à fournir au destinataire l'accès à toute information complémentaire ou à mettre à jour les Informations ou à corriger toute inexactitude dans les Informations qui pourrait devenir apparente.

1. Business Plan et principaux indicateurs

Résidé Etudes Senior

Les mesures opérationnelles mises en œuvre et la hausse des courbes démographiques devraient permettre de dégager 44,2m€ de rentabilité complémentaire par an à terme sur RES. La réduction limitée dans le temps des loyers permettra à RES de disposer du temps nécessaire pour atteindre la pleine puissance du plan.

Impact des leviers opérationnels par année 2024-2028



Leviers opérationnels permanents : + 44m€ / an à terme

Ramp-up



Un marché porteur avec une évolution démographique favorable à terme

Le besoin de résidences services seniors (RSS) devrait augmenter de +9% en moyenne par an entre 2023 et 2030 avec (i) le boom démographique (baby-boom de 1950s) (70% de la croissance) et (ii) de la hausse de l'âge moyen en EHPAD (30% de la croissance). Face à cette croissance la société anticipe une hausse de +8% de ses lots loués en moyenne chaque année sur cette même période.

Une dynamique commerciale permettant de s'assurer de la captation de cette évolution

- Maximisation du nombre de contacts/prospects via une stratégie marketing locale et précise;
- Optimisation du taux de transformation des prises de contact en clients;
- Suivi des intégrations et mesure de la satisfaction client.



L'optimisation des services à la personne et de la restauration pour une meilleure rentabilité

- Optimisation du nombre d'heures et de repas vendus par lot et augmentation des tarifs ;
- Optimisation du nombre d'ETP SAP par heure et d'ETP cuisine et salle par repas afin de réduire les coûts (maximisation des temps pleins, etc.)
- Externalisation du service de cuisine lorsque possible.



Une politique d'achats en cours de révision

- Réduction des coûts fixes (maintenance, fourniture d'exploitation, etc.) de 3% à 10% par an sur l'horizon du BP ;
- Réduction complémentaire de 2m€ en 2025 sur la structure de coûts globale (stock de mobilier, etc.).

Soutien temporaire loyers : 48m€



Renégociation des loyers (hypothèse de travail à ce stade) selon le calendrier suivant :

50% entre le T2 2024 et le T1 2025 ; 35% entre le T2 2025 et le T1 2026 ; 20% entre le T2 2026 et le T1 2027 et retour aux loyers normatifs à partir du T2 2027. Hypothèse d'acceptation de 100% pour les institutionnels & 70% pour les particuliers.

RES est en phase de *ramp-up* avec une augmentation progressive de son taux d'occupation. La société prévoit également des mesures opérationnelles (optimisation de l'activité restauration et services à la personne, économies d'achat, etc.) qui permettraient d'atteindre l'équilibre en EBITDA à horizon 2026.

RES – Compte de résultat après réduction des loyers – 2023-2028

En m€	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Chiffre d'affaires brut	109,8	146,0	172,5	194,5	210,7	225,8
Franchises, commissions & impayés	(1,2)	(1,9)	(2,6)	(2,9)	(3,1)	(3,3)
Chiffre d'affaires net	108,6	144,1	169,9	191,5	207,6	222,5
Charges de personnel	(47,8)	(53,3)	(55,6)	(58,3)	(60,8)	(62,7)
Autres achats et charges externes	(27,8)	(31,2)	(30,0)	(32,0)	(33,9)	(35,3)
Agencements, mobilier et travaux	(3,7)	(2,6)	(5,8)	(6,3)	(6,7)	(7,0)
Structure commerciale	(9,7)	(9,6)	(10,0)	(9,9)	(9,3)	(8,7)
Impôts et taxes	(2,7)	(1,3)	(3,4)	(3,6)	(3,8)	(3,9)
Charges d'exploitation	(91,7)	(98,0)	(104,8)	(110,2)	(114,5)	(117,6)
Loyers propriétaires (*)	(53,2)	(51,1)	(53,2)	(61,4)	(70,1)	(73,5)
EBITDA - Avant Management fees	(36,3)	(4,9)	12,0	20,0	22,9	31,4
Management fees	(12,7)	(16,4)	(17,5)	(17,7)	(18,2)	(18,8)
Mobilier	18,7	10,8	1,6	-	-	-
EBITDA - Après réduction des loyers	(30,3)	(10,5)	(3,9)	2,3	4,7	12,6
Principaux indicateurs						
Nombre de résidences	70	79	80	80	80	80
RSS - Périmètre A	35	35	35	35	35	35
RSS - Périmètre B	34	34	34	34	34	34
RSS - Périmètre C	-	10	11	11	11	11
Fermetures	1	-	-	-	-	-
Nombre de lots disponibles	6 627	7 542	7 701	7 701	7 701	7 701
Taux d'occupation	60,4 %	62,6 %	70,4 %	76,1 %	80,1 %	83,6 %
Loyer moyen (€/mois)	1717	1921	1989	2 064	2 108	2 153

Périmètre A = résidences ouvertes depuis plus de 4 ans

Périmètre B = résidences ouvertes depuis moins de 4 ans

Périmètre C = résidences ouvertes en 2024 et 2025

RES – Principales hypothèses – 2024-2028

En m€	[#]	2024	2025	2026	2027	2028
EBITDA - Hors mesures		(29,8)	(36,8)	(37,0)	(34,3)	(31,6)
Taux d'occupation / Prix	[A]	1,9	12,4	23,0	28,6	34,8
Optimisation de l'activité SAP	[B]	2,1	1,6	2,1	2,5	2,8
Optimisation de l'activité restauration	[B]	(2,7)	(1,2)	(0,6)	(0,3)	0,1
Economies d'achats	[C]	3,4	5,3	6,0	6,7	7,0
Autres		0,1	(0,4)	(0,4)	(0,4)	(0,5)
Leviers - Hors réduction des loyers		4,7	17,8	30,0	37,1	44,2
EBITDA - Avant réduction des loyers		(25,1)	(19,0)	(6,9)	2,7	12,6
Négociation des loyers (*)	[D]	14,6	15,0	9,2	1,9	-
EBITDA - Après réduction des leviers		(10,5)	(3,9)	2,3	4,7	12,6

Cumul des économies : +40,8m€

Principaux commentaires

En 2028 l'EBITDA de RES devrait s'élever à +12,6m€ sous l'effet de :

- [A] La montée en puissance de ses résidences des périmètres A et B (acquises il y a moins de 4 ans) via une augmentation de leur taux d'occupation et des prix. Diverses mesures commerciales sont prévues par le Management et expliquées dans les slides 4 à 8 ;
- [B] L'optimisation de deux de ses activités annexes SAP (service à la personne) et Restauration via (i) la maximisation du nombre d'heures et de repas par lots loués, (ii) la hausse des tarifs, (iii) l'optimisation des paliers par nombre d'heure et repas des ETP concernés et (iv) l'externalisation des cuisines de certaines résidences ;
- [C] Les économies d'achats, notamment sur les coûts fixes tels que les coûts de maintenance, les fournitures d'exploitation, les locations diverses, etc. Une réduction de 10% devrait être atteinte en 2028 et un complément de 2m€ est prévu sur 2025 avec l'optimisation de dépenses diverses telles que le stockage de mobilier.
- [D] La réduction des loyers qui devrait permettre de combler partiellement les pertes opérationnelles de l'entité à hauteur de 14,6m€ en 2024 et 15,0m€ en 2025.

Note (*) : A ce stade, hypothèse de travail.

Entre 2023 et 2028 le taux d'occupation moyen des résidences de réside étude devrait passer de 60,4% à 83,6% via (i) un contexte marché favorable avec une croissance de la population de +75 ans et (ii) une stratégie commerciale ciblée (cf. slides 12 à 14).

Evolution des taux d'occupation par résidences

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Résidence 1	88,0 %	85,1 %	87,1 %	89,9 %	92,7 %	95,5 %
Résidence 2	96,3 %	98,3 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 3	85,5 %	89,0 %	93,5 %	96,3 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 4	80,2 %	84,0 %	87,8 %	90,6 %	93,4 %	96,2 %
Résidence 5	72,2 %	56,5 %	62,6 %	68,6 %	74,6 %	80,4 %
Résidence 6	77,9 %	66,8 %	72,6 %	78,6 %	82,6 %	85,4 %
Résidence 7	84,4 %	82,0 %	86,2 %	89,0 %	91,8 %	94,6 %
Résidence 8	84,0 %	78,9 %	83,7 %	86,5 %	89,3 %	92,1 %
Résidence 9	92,1 %	95,8 %	98,1 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 10	72,1 %	70,8 %	78,9 %	82,9 %	85,7 %	88,5 %
Résidence 11	83,2 %	80,8 %	85,8 %	88,6 %	91,4 %	94,2 %
Résidence 12	94,5 %	98,5 %	98,7 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 13	70,7 %	67,1 %	71,3 %	77,3 %	82,1 %	84,9 %
Résidence 14	91,1 %	93,5 %	97,0 %	98,6 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 15	72,9 %	82,2 %	89,8 %	92,6 %	95,4 %	98,0 %
Résidence 16	50,8 %	47,5 %	56,8 %	62,8 %	68,8 %	74,8 %
Résidence 17	78,8 %	85,1 %	89,2 %	92,0 %	94,8 %	97,6 %
Résidence 18	77,4 %	76,8 %	82,1 %	84,9 %	87,7 %	90,5 %
Résidence 19	76,5 %	94,2 %	98,2 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 20	100,0 %	99,5 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 21	94,1 %	96,4 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 22	66,8 %	68,4 %	75,3 %	80,7 %	83,7 %	86,5 %
Résidence 23	99,1 %	99,1 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 24	94,0 %	93,8 %	96,5 %	98,6 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 25	31,7 %	34,9 %	46,5 %	54,0 %	60,0 %	66,0 %
Résidence 26	73,3 %	65,9 %	72,1 %	78,1 %	82,1 %	84,9 %
Résidence 27	92,2 %	98,9 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 28	95,5 %	99,2 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 29	81,4 %	96,6 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 30	76,6 %	84,4 %	92,0 %	94,8 %	97,6 %	98,5 %
Résidence 31	78,9 %	77,6 %	84,5 %	87,3 %	90,1 %	92,9 %
Résidence 32	87,6 %	96,3 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 33	39,2 %	42,3 %	52,5 %	58,8 %	64,8 %	70,8 %
Résidence 34	77,7 %	91,7 %	97,4 %	98,7 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 35	51,5 %	62,3 %	72,0 %	78,0 %	82,0 %	84,8 %
Périmètre A	78,7 %	80,6 %	85,1 %	87,9 %	90,2 %	92,1 %
Périmètre B	42,9 %	59,3 %	65,5 %	73,9 %	78,0 %	82,0 %
Périmètre C	-	15,3 %	42,8 %	49,8 %	58,1 %	64,8 %
Périmètre D	27,3 %	-	-	-	-	-
Résidences séniors	60,4 %	62,6 %	70,4 %	76,1 %	80,1 %	83,6 %

+13,4pts de
taux
d'occupation

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Périmètre A	78,7 %	80,6 %	85,1 %	87,9 %	90,2 %	92,1 %
Résidence 36	98,2 %	99,4 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 37	17,9 %	29,7 %	43,9 %	52,4 %	58,4 %	64,4 %
Résidence 38	63,3 %	67,8 %	73,4 %	79,2 %	82,6 %	85,4 %
Résidence 39	37,9 %	49,8 %	62,8 %	68,8 %	74,8 %	80,2 %
Résidence 40	60,8 %	73,6 %	80,2 %	83,2 %	86,0 %	88,8 %
Résidence 41	77,8 %	89,3 %	95,5 %	98,1 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 42	19,7 %	45,4 %	57,8 %	63,8 %	69,8 %	75,8 %
Résidence 43	27,1 %	36,3 %	50,1 %	56,8 %	62,8 %	68,8 %
Résidence 44	81,3 %	90,5 %	98,4 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 45	31,1 %	42,5 %	54,3 %	60,3 %	66,3 %	72,3 %
Résidence 46	43,5 %	64,1 %	76,8 %	81,6 %	84,4 %	87,2 %
Résidence 47	59,6 %	72,2 %	81,6 %	84,6 %	87,4 %	90,2 %
Résidence 48	99,0 %	99,2 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 49	55,9 %	70,0 %	82,3 %	85,1 %	87,9 %	90,7 %
Résidence 50	31,0 %	42,8 %	53,9 %	59,9 %	65,9 %	71,9 %
Résidence 51	39,3 %	53,0 %	64,2 %	70,2 %	76,2 %	81,6 %
Résidence 52	95,4 %	98,9 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 53	45,5 %	66,5 %	76,8 %	81,6 %	84,4 %	87,2 %
Résidence 54	63,0 %	78,2 %	88,8 %	91,6 %	94,4 %	97,2 %
Résidence 55	52,2 %	87,3 %	98,2 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 56	41,0 %	52,7 %	64,1 %	70,1 %	76,1 %	81,5 %
Résidence 57	26,4 %	50,6 %	67,7 %	73,7 %	79,5 %	82,9 %
Résidence 58	38,0 %	45,5 %	45,5 %	64,3 %	70,3 %	76,3 %
Résidence 59	19,1 %	36,9 %	36,9 %	55,5 %	61,5 %	67,5 %
Résidence 60	53,5 %	91,5 %	91,5 %	98,5 %	98,5 %	98,5 %
Résidence 61	13,6 %	35,1 %	35,1 %	56,5 %	62,5 %	68,5 %
Résidence 62	20,0 %	41,6 %	41,6 %	59,8 %	65,8 %	71,8 %
Résidence 63	18,8 %	38,2 %	38,2 %	52,6 %	58,9 %	64,9 %
Résidence 64	8,0 %	25,5 %	25,5 %	48,3 %	55,8 %	61,8 %
Résidence 65	27,4 %	46,4 %	46,4 %	61,1 %	67,1 %	73,1 %
Résidence 66	34,6 %	48,7 %	48,7 %	63,9 %	69,9 %	75,9 %
Résidence 67	27,2 %	55,2 %	55,2 %	71,0 %	77,0 %	81,8 %
Résidence 68	15,0 %	38,0 %	38,0 %	52,7 %	58,7 %	64,7 %
Résidence 69	50,5 %	76,1 %	76,1 %	87,9 %	90,7 %	93,5 %
Périmètre B	42,9 %	59,3 %	65,5 %	73,9 %	78,0 %	82,0 %
Périmètre C	-	15,3 %	42,8 %	49,8 %	58,1 %	64,8 %
Périmètre D	27,3 %	-	-	-	-	-
Résidences séniors	60,4 %	62,6 %	70,4 %	76,1 %	80,1 %	83,6 %

En 2028 le ramp-up des résidences matures et acquises il y a moins de quatre ans devrait permettre de générer 34,8m€ d'EBITDA supplémentaire vs. 2023.

Impact EBITDA du ramp-up par typologie de résidence

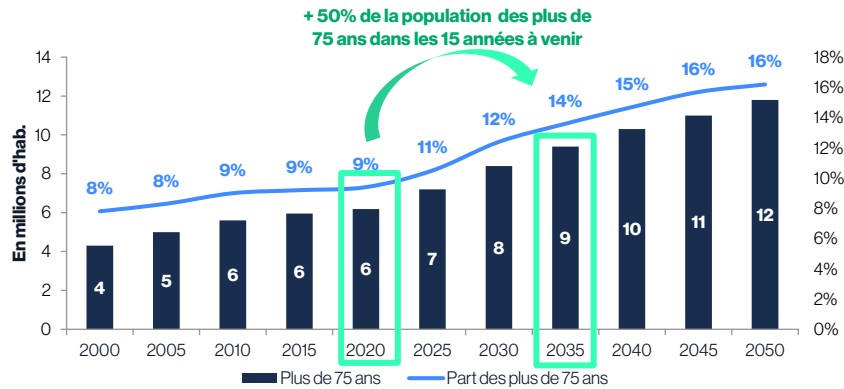
	2024	2025	2026	2027	2028
Résidences A	6,0	11,2	14,0	16,1	18,3
Résidences B	(4,1)	1,3	9,0	12,6	16,5
Total impact EBITDA vs. 2023	1,9	12,4	23,0	28,6	34,8

2. Un marché qui va croître dans les années à venir

Un marché favorable compte tenu de l'évolution démographique attendue

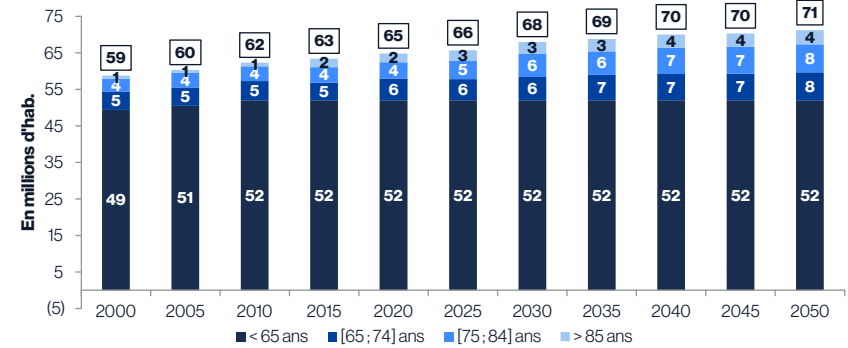
Le besoin en RSS devrait croître dans les prochaines années avec l'augmentation du nombre d'habitants de plus de 75 ans (baby-boom de 1950s) et la croissance de la population pré-EHPAD (hausse de l'âge moyen des plus de 75 ans). Cette croissance couplée à la stratégie commerciale de la société devrait permettre une hausse du taux d'occupation des résidences Réside Etude de +23,3 p.p entre 2023 et 2028.

Evolution de la proportion de personne de +75 ans en France



Source: BNP Research France, Fév. 2022

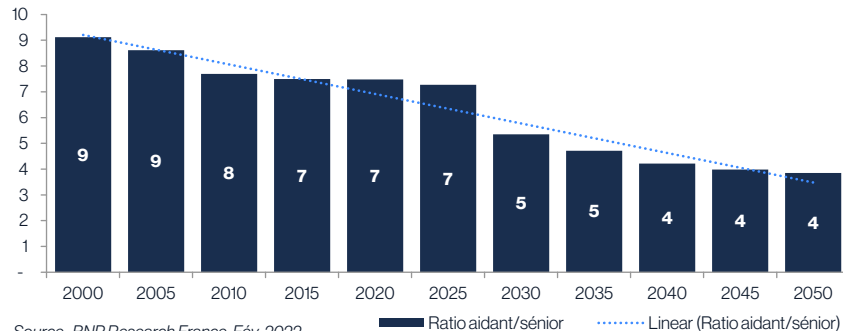
Evolution de la population par classe d'âge



Source: BNP Research France, Fév. 2022

Le vieillissement de la population française devrait augmenter de manière significative le besoin en résidences de services seniors sur les prochaines années.

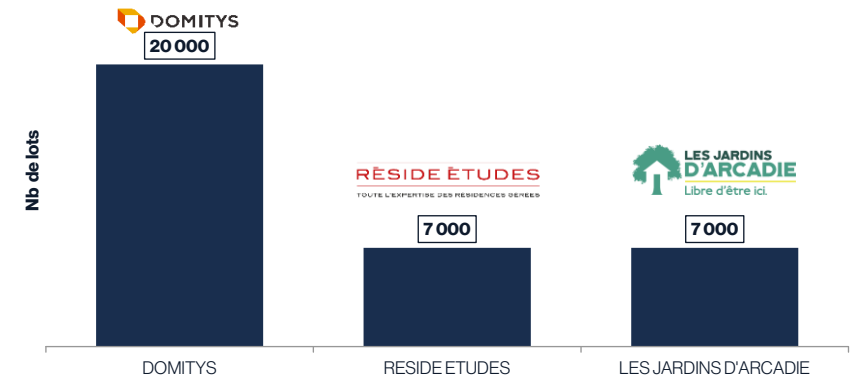
Evolution du ratio aidants vs. seniors



Source: BNP Research France, Fév. 2022

Face au vieillissement de la population le nombre d'aidants potentiels diminue et devrait favoriser le recours plus important à des structures d'accueils.

Principaux concurrents



Source: Advancy, 2023

**3. Une stratégie commerciale définie afin
de bénéficier de cette évolution
démographique**

Stratégie commerciale - Axe 1 : Identification des contacts

Face au marché croissant une stratégie marketing locale précise par type de résidences (matures, ramp-up, ouvertures) a été définie afin de multiplier les canaux utilisés pour générer de nouveaux contacts et permettre aux commerciaux d'effectuer leur démarchage.

Présentation de la stratégie marketing



Digital

- Perfectionnement de la stratégie de pilotage des campagnes Google Ads ;
- Amélioration du site Les Girandières pour répondre aux exigences Google.

+16 800 contacts



Plan presse

- Utilisation PQR (presse quotidienne régionale) PHR (presse hebdomadaire régionale) et mensuels régionaux plus modérée en fonction des besoins ;
- Plan de roulement avec 5 *publis* et publicité événement.

+3 500 contacts



Mailing adressé

- Amélioration de la cartographie systématique ;
- Déploiement de 3 Gazettes de 4 pages au format A3 personnalisées (pré-com / Ouvertures / RSS matures) ;
- Levier utilisé en priorité sur les ouvertures et selon les besoins des autres résidences.

+3 500 contacts



Présence secteur

- Indication de la résidence (signalétique d'accès, etc.) ;
- Roulement de 3 bulles de commerciaux ;
- Présence dans les salons, les foires, les stands précaires, etc.

+4 250 contacts

Résidences ouvertes avant 2021

- Achats d'espaces : 0 à 4 présences en moyenne selon les titres de presse ;
- Maintien des diffusions imprimées et actions digitales ;

Résidences ouvertes entre 2021 et 2023

- Achats d'espaces : 4 à 8 présences en moyenne selon les titres de presse ;
- 1 campagne de courriers adressés resserrée en ciblage ;
- Maintien des diffusions imprimées et actions digitales.

Ouvertures 2023 et 2024

- Achats d'espaces : 10 présences en moyenne sur l'année selon les titres de presse ;
- 1 campagne de courriers adressés élargie en ciblage ;
- Maintien des diffusions imprimées et actions digitales.

70% des contacts viennent des démarches sièges et 30% sont des visites spontanées

Stratégie commerciale - Axe 2 : Transformation des contacts en clients

Une fois les contacts identifiés intervient la stratégie commerciale de RES axée autour (i) de son CRM personnalisé (stockage et suivi des données), (ii) de son équipe commerciale (formation, définition d'objectifs précis, etc.) et (iii) de la visite d'appartements témoins. L'objectif étant de maximiser le taux de transformation client via la mise en avant des avantages compétitifs de ses résidences (axés autour de la chaleur humaine).

Présentation de la stratégie commerciale



Un CRM performant :

- Enregistrement / stockage de tous les contacts au sein du CRM ;
- Rappel obligatoire et presque immédiat de tous les contacts ;
- Définition d'un calendrier de « sollicitation » et de « rappels » ;



Transformation des contacts en visite :

- Mise à disposition d'appartements témoins ;
- Formation des commerciaux à la « visite idéale ». L'objectif est de mettre en avant la chaleur humaine ;
- Mise à contribution de l'ensemble des membres du service lors des visites commerciales ;
- Projet de mise en place de séjours de découverte.



Suivi des indicateurs clés : nombre de contacts, nombre de R1 (premiers rendez-vous), entrées, sorties, taux de captage de déjeuners, etc.



Encadrement et formation des commerciaux :

- Période d'intégration et de formation ;
- Définition précise d'une méthode de vente ;
- Pilotage par un manager de proximité en charge des équipes commerciales de 3 à 4 résidences maximum ;
- Définition précise des missions quotidiennes et hebdomadaires : appel des contacts entrants, contrôle des appartements témoins, réalisation des visites, etc.



Définition précise des objectifs des commerciaux :

- Taux de R1/Contacts de 40% ;
- 72 R1 / Trimestre / ATC ;
- 2 accompagnements CDV / ATC / semaine ;
- 2 recommandations / ATC / mois ;
- Suivi mensuel des PA / Résidence ;
- 60% des ventes avec restauration mini ;
- 35% maximum de frais de dossiers offerts et de remises (offre commerciale) ;
- (15)% de sorties dites rattrapables et de moins de 3 mois ;
- Objectif BP des entrées et sorties.

Stratégie commerciale - Axe 3 : Satisfaction client

Afin d'éviter les sorties rattrapables plusieurs dispositifs ont été identifiés et mis en place par la société dont (i) le comité d'intégration, (ii) la mesure de la satisfaction client, et (iii) la visité régulière des résidences par les directeurs régionaux (respect des plans d'actions définis). L'objectif est de suivre et garantir la bonne intégration et la satisfaction client.

Garantie de la promesse vendeur



Suivi de l'intégration de chacun des clients :

- Mise en place de comités hebdomadaires afin de suivre l'intégration de chacun des clients ;
- Vérification du bon déroulement de ses comités par les directeurs régionaux lors de leurs visites ;
- Multiplication des efforts lors d'entrées subies par les clients.



Mesure régulière de la satisfaction client :

- Mise en place de deux types de baromètres avec l'objectif de mesurer :
 - La satisfaction post parcours d'intégration des clients (J+5 semaines à l'arrivée) ;
 - La satisfaction globale en devenant un rendez-vous semestriel.
- Appels téléphoniques réguliers aux familles des résidents.



Garantie de la qualité de l'offre avec des visites obligatoires des résidences par les directeurs régionaux (une demi-journée) avec rédaction de diagnostics. Les objectifs étant les suivants :



Sécurité : vérifier le respect des normes de sécurité des résidences (incendies, personnes, etc.) ;



Management : vérifier le respect et la mise en place des plans d'actions, s'assurer du bien-être des employés afin d'optimiser le traitement des patients (fédération des équipes, etc.) ;



Service client : s'assurer de la qualité des services proposés aux clients (visites tests, vérification des comités d'intégration, appel aux familles, etc.) ;



Métriques : suivi et vérification des principaux indicateurs opérationnels, etc.

Annexes

Organigramme du Groupe

Organigramme du Groupe

